

## Documentación para ejecutar un buen discurso

Antes de iniciar una comunicación, es fundamental el conocimiento y el dominio del tema.

Será necesario reflexionar sobre qué sabemos, pero pensando que **no nos pueden quedar dudas**, ya que a los que nos dirigimos, esperan que nuestra exposición sirva para aclarar y resolver los aspectos menos conocidos y que puedan ser motivo de conflicto.

Para ello, **nos documentaremos con todo tipo de información que esté a nuestro alcance** (publicaciones, personas informadas) para así también reforzar nuestros argumentos. Teniendo en cuenta siempre la importancia de disponer de *hechos*, ya que éstos constituyen la materia prima de la información.

### - Preparación del discurso:

Una vez suficientemente documentados, debemos empezar a **poner orden en nuestros conocimientos**. No basta con disponer de información, es necesario también conseguir que ésta llegue al público de la forma más comprensible posible.

Es importante hablar de una forma estructurada siguiendo un orden que facilite el seguimiento por parte de la audiencia. La estructura de un discurso es el equivalente al índice de los libros o los títulos de los capítulos.

Los tipos de estructura más utilizados son los siguientes:

**Problema/Solución** (describir, examinar y presentar soluciones), **Cronológica** (origen, desarrollo y situación actual), **Temática** (Enumeración de los puntos clave del tema de más a menos importante) y **Teoría /Práctica** (Primero explicamos la teoría y después se demuestra cómo se aplica en la práctica).

Debemos tener en cuenta cuáles son los **aspectos principales** (hechos a comentar, acción a realizar, etc.) y cuáles los **secundarios** (citas, otros elementos de apoyo a nuestras tesis), para situarlos y darles el realce que les corresponde de tal manera que al auditorio le quede muy claro lo que es el tema fundamental y lo que forma parte del acompañamiento.

### Introducción, Nudo, Desarrollo y Conclusión:

La mejor manera de elaborar un discurso es seguir en el papel el mismo proceso imaginativo que hemos empleado en nuestra mente al pensar, por ejemplo:

"El cine español se encuentra en un buen momento,(INTRODUCCION) con un mercado en expansión y con poca competencia, está claro que los beneficios van en aumento. El problema es que nosotros no lo notamos, seguimos pagando mucho y las entradas siguen subiendo (NUDO).

Las personas que disfrutamos con el cine en la pantalla grande no escatimamos esfuerzos para ir al cine y obtenemos buenos resultados, estamos satisfechos en cantidad y calidad (DESARROLLO).

Pero como la mayoría de empresarios, se olvida de los clientes de verdad cuando las cosas funcionan bien. Por tanto, si queremos entradas más baratas se lo tenemos que manifestar (CONCLUSION)."